

# Психология общения. Лекция 1. Общение как предмет научного знания.

Преподаватель Ожиганова  
Любовь Георгиевна, каф.  
Психологии развития и  
образования

# Лекция 1. Общение как предмет научного знания

- Компетентностный подход к проблемам общения (**самостоятельно**)
- Коммуникативная компетентность (**самостоятельно**)
- Многоплановый характер общения
- Виды и уровни общения
- Модели общения
- Стили общения

# Многоплановый характер общения

- *Цели общения:*
- обмен или передача информации;
- формирование профессиональных умений и навыков, развитие личностных и деловых качеств;
- формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом;
- обмен деятельностью, инновационными приемами и техниками, средствами и технологиями;
- осуществление коррекции, изменение мотивации поведения;
- обмен эмоциональными состояниями и чувствами.
- В практике общения между людьми зачастую возникает недопонимание, порождаемое возрастными, социальными, профессиональными, психологическими и коммуникативными барьерами (от фр. *Batpète* — преграда, препятствие), т.е. взаимонепонимание между людьми, являющееся следствием того, что одно и то же явление имеет для них разный смысл.
- *Барьеры психологического характера* возникают вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними психологических отношений.
- *Коммуникативные барьеры*, как правило, являются следствием коммуникативной некомпетентности.
- *Социальные барьеры* создаются из-за отсутствия единого понимания ситуации общения, вызванного глубокими различиями, существующими между партнерами.
- Функции общения:
- информационно-коммуникативная связана со всеми формами деятельности людей;
- прагматическая реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности;
- формирующая проявляется в процессе развития человека и становления его как личности;
- функция подтверждения состоит в том, что только в процессе общения с другими мы можем понять, познать и утвердить себя в собственных глазах. К знакам подтверждения можно отнести знакомства, приветствия, оказание знаков внимания;
- внутриличностная функция общения представляет диалог с самим собой, позволяющий обдумать принимаемые решения и поступать в той или иной ситуации более целесообразно и разумно.

# Виды и уровни общения

- Психологи выделяют:
- общение прямое и косвенное (опосредованное и непосредственное)
- вербальное (речевое) и невербальное (язык тела)
- межличностное и массовое.
- Межличностное общение связано с непосредственными контактами людей в различных группах. В межличностном общении различают двустороннюю направленность:
- *инструментальную* — на дело, на выполнение социально значимой задачи и на результат (такое общение часто называют формальным, или деловым);
- *личностную направленность* — на удовлетворение потребностей самих участников общения (оно чаще осуществляется в рамках неформальных контактов). Межличностным характеризуют такое взаимодействие между людьми, которое отличается следующими моментами:
- в нем участвует небольшое число людей (от 2 — 3 человек);
- в это непосредственное взаимодействие — его участники находятся в пространственной близости, могут соприкасаться, видеть и слышать друг друга, устанавливать обратную связь;
- это так называемое личностно ориентированное общение, т. е. партнеры стараются войти в положение другого, учитывать его состояние и особенности.

- Деловое общение — это вид межличностного общения, направленного на достижение какой-то предметной договоренности, профессиональных целей и задач.
- Деловое общение реализуется в трех основных коммуникативных формах: *монологической*, где преобладают коммуникативные действия — высказывания личности как субъекта — организатора процесса слушания у других субъектов — участников общения (например, лекция, доклад, публичная речь);
- *диалогической*, в которой субъекты взаимодействуют и взаимно активны (беседа, переговоры, консультация);
- *полилогической*, организующей многостороннее общение, которое чаще всего носит характер своеобразной борьбы за овладение коммуникативной инициативой и связано со стремлением максимально эффективной ее реализации (дискуссия, деловая игра и др.).
- Межличностные отношения *сконцентрированы в основном вокруг психологических проблем, интересов и потребностей, которые касаются личности человека.*
- Личные отношения могут быть как *положительные* (симпатия, дружба, любовь), так и *отрицательные* (неприязнь, антипатия, ненависть, вражда).

- В психологии выделяют три основных типа межличностного общения:
- Императивное;
- Манипулятивное;
- Диалогическое.
- Императивное общение (от лат. imperatives — повелительный, не допускающий выбора) — это, как правило, авторитарная (силовая) форма воздействия на партнера по общению. Его основной целью является подчинение одним из партнеров другого, достижение контроля над его поведением, мыслями, а также принуждение к определенным действиям и решениям. В данном случае партнер выступает обычно как пассивная сторона, как механизм, которым следует управлять. При этом принуждение партнера не скрывается, а в качестве средств влияния используются приказы, указы, постановления, а также требования и угрозы, следствием невыполнения которых становятся наказания, публичные порицания.
- Манипулятивное общение (от лат. manipuler — производить манипуляции сходно с императивным). Его основной целью является также оказание воздействия на партнера по общению, но при этом достижение намерений осуществляется скрытно, закамouflировано. Манипуляцию, так же как императив, объединяет стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Отличие состоит лишь в том, что при манипулятивном общении партнер по общению не информирует о своих истинных намерениях, имея, как правило, подспудную цель, и использует порой «грязные» технологии воздействия типа шантажа, угрозы, подмены ценностей, сталкивания с другими или ложных намерений, лести, укрывания фактов, вранья и пр. Манипулятивное отношение к другому человеку, как правило, приводит к разрушению межличностных отношений и доверительных связей.
- Диалогическое общение (от гр. dialogos — разговор между двумя или несколькими лицами) является альтернативой императивному и манипулятивному типам межличностного общения. Оно основано на равноправии партнеров — участников общения и позволяет перейти от фиксированной установки на себе к установке на партнера и учету его интересов и возможностей (я говорю — ты слушаешь, и наоборот).

- Деловые отношения также делятся на две группы: позитивные и негативные (конструктивные и деструктивные).
- Деловые отношения более постоянные, они обязательны для контактов, имеют предметно-целевой и функционально-ролевой характер. Деловые отношения имеют ограничения конвенционального, ситуативного, эмоционального и насильственного характера. Эти отношения часто называют формальными или официальными, так как они носят, кроме отмеченного выше, также и безличный характер и не зависят от индивидуальных и психологических состояний вступающих в них людей; могут осуществляться с помощью ролей и масок, являются ответственно зависимыми.
- Массовое общение — это все множество связей и контактов незнакомых людей в обществе, в том числе и общение через средства массовой информации.
- Межперсональное общение — обычное общение людей, зависящее от индивидуальных особенностей каждого.
- Рольевое общение, когда участники демонстрируют цели и характеристики носителей определенных ролей, например: учитель — школьник, руководитель — подчиненный, педагог — студент и т.п. В ролевом общении человек вынужден действовать, исходя из заданной роли, порой скрывая свои собственные намерения и характеристики, и оценивают его, как правило, на основе адекватности исполняемой роли.
- В процессе общения происходит взаимное обогащение людей и индивидуальное развитие, так как:
  - каждым участником взаимодействия приобретает жизненный и профессиональный опыт
  - усваиваются разнообразные знания
  - развиваются ценности и способы деятельности
  - происходит адаптация к этическим и психологическим нормам и правилам поведения.

# Модели общения

- В коммуникации выделяют:
- информационную
- убеждающую
- экспрессивную
- внушающую (суггестивную)
- ритуальную модели общения.



# Информационная модель общения

- Применяется для передачи и получения информации, ее анализа, интерпретации и комментирования.
- Во время передачи информации, которая рассчитана не на одного человека, а обращена одновременно к группе людей срабатывают общепринятые правила.
- Для достижения информационных целей обычно используют доклад, сообщение, лекцию или урок, конференцию, семинар, консультацию, а также письменные работы: рефераты, курсовые, проектные работы, эссе, позволяющие оценить степень освоения теории вопроса, просмотр видео- и телевизионных обучающих передач, а также вопросы и ответы для обмена информацией.
- Для того чтобы коммуникация в информационной модели общения была эффективной, необходимы следующие условия: учет познавательных возможностей конкретных собеседников, их индивидуальных установок на получение новой информации и интеллектуальных возможностей для ее переработки, понимания и восприятия.

# Убеждающая модель общения

- Убеждение — это коммуникативный процесс, в котором коммуникатор пытается вызвать изменение в убеждениях, отношении или поведении другого индивидуума или группы индивидуумов через передачу сообщения в таком контексте, где убеждаемый имеет некоторую степень свободы выбора.
- Составляющие убеждающей модели общения. Убеждение было формализовано как определенная концепция более двух тысяч лет назад греками, которые сделали риторику (от гр. *rhetorikos* — красивая, напыщенная, но малосодержательная речь) — искусство использовать речь эффективно и убедительно — частью своей системы образования. Аристотель первым ввел понятия «этос», «логос» и «пафос», которые в приблизительном переводе означают «надежность источников», «логичные доводы» и «эмоциональный призыв».
- Базовые принципы, влияющие на убеждение. Среди них предпочтительны устные, позитивные сообщения, сдержанно эмоциональные обращения, логические выводы, опирающиеся на факты и веские аргументы, удовлетворение альтруистических потребностей человека, ораторское мастерство.
- К сильным аргументам специалисты относят те, которые не вызывают критики, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание.
- *Например:*
  - ■ *точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения, которые вытекают из них;*
  - *заключения экспертов;*
  - ■ *цитаты из публичных заявлений, книг, признанных в этой сфере авторитетов;*
  - ■ *показания свидетелей и очевидцев событий;*
  - ■ *статистическая информация, сообщаемая профессионалами- статистиками;*
  - ■ *результаты социологических опросов, проведенных специализированными организациями.*

- Несостоятельные аргументы, как правило, связаны с подтасованными фактами, имеют ссылки на сомнительные источники; связаны с догадками, предположениями и измышлениями; представляют выводы на основе фиктивных документов, используют доводы, рассчитанные на невежество и т.д.
- Наиболее трудная задача убеждения — это превратить противоположные мнения по поводу тех или иных действий, решений в совпадающие. Люди делают обобщение на основе личного опыта и того, что говорят им члены их группы. ,
- В процессе убеждения могут быть использованы разнообразные психологические возможности:
  - 1. Ознакомление партнера с характером проблемы и убеждение его в том, что она разрешима.
  - 2. Обсуждение отношения партнера к проблеме с целью преодоления его тревожности, негативизма и пр.
  - 3. Выяснение условий жизни и работы, анализ психотравмирующих моментов (для перестройки системы отношений партнера).
  - 4. Мобилизация партнера на решение проблемы, обучение соответствующим действиям.
- Результат убеждения считается успешным тогда, когда собеседник в состоянии самостоятельно обосновать принятое им решение или мнение, оценить положительные и отрицательные его стороны, а также возможности и последствия других вариантов и решений.
- В процессе общения следует помнить, что убеждение как коммуникативная техника более убедительно и действенно в следующих ситуациях:
  - ■ в рамках одной потребности;
  - ■ при малой интенсивности эмоций;
  - ■ с интеллектуально развитым партнером.

# Экспрессивная модель общения

- Цель такой модели общения — сформировать у участников взаимодействия психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому социальному действию, вовлечь в конкретные акции.
- Необходимо использовать вербальные и невербальные коммуникативные техники, аудио-, видео- и другие иллюстративные средства.
- В деловом общении имеет широкое распространение спор и зачастую оказывает негативное влияние на деловое взаимодействие.
- Про такой спор обычно говорят: «Споры погубили Рим».
- Если мнение участников по той или иной проблеме не совпадает, и собрались вместе люди, умеющие вести свою линию и владеющие приемами эристики (от гр. *eristikos* — спорящий, искусство побеждать в спорах, даже будучи неправым, по существу), то спор, как правило, перерастает в конфликт мнений.

# Суггестивная модель общения

- Суггестивная, т. е. внушающая модель общения.
- Внушение, или суггестия (от лат. suggestio — внушение), — это такое психологическое воздействие одного человека (или группы) на другого, при котором оказывается определенное влияние на убеждения, установки, решения последнего.
- Подверженность внушению называется суггестивностью. Находясь под влиянием внушения, человек действует без собственной мотивации, не может контролировать направленное на него воздействие.
- *Психологами установлено, что если человек находится в спокойном состоянии, то при прочих равных условиях гораздо результативнее воздействовать на него убеждением, а в случае возбужденного состояния или повышенной тревожности — кратким внушением.*
- К факторам, способствующим внушаемости, относят следующие *человеческие характеристики*:
  - неуверенность в себе;
  - тревожность, беспокойство;
  - робость, низкая самооценка;
  - чувство собственной неполноценности;
  - повышенная эмоциональность, впечатлительность;
  - слабое владение логическим анализом;
  - вера в авторитеты.

- На силу внушения оказывают влияние также ситуативные факторы:
- некоторые психические состояния (сильное эмоциональное возбуждение, стресс, заболевания, утомление или, наоборот, покой, расслабление);
- низкий уровень компетентности, отсутствие реально существующей информации;
- высокая степень значимости проблемы, вопроса, существа дела;
- неопределенность, неясность ситуации, положения;
- дефицит времени.
- Суть внушения состоит в воздействии на чувства человека, а через них на его разум и волю.
- Необходимо не просто владеть разными моделями общения, но и очень хорошо понимать: когда, для достижения каких целей, по отношению к кому из собеседников какую модель взаимодействия использовать.
- Разнообразные модели во многих ситуациях используются одновременно.

# Стили общения

- Факторы, определяющие выбор стиля общения:
- цель общения;
- ситуация, в которой оно осуществляется;
- статус и личностные особенности собеседника;
- его мировоззрение и положение в обществе;
- характеристика самой формы взаимодействия.
- Стили коммуникативного взаимодействия:
- официально-деловой;
- научный;
- публицистический;
- бытовой (разговорный).

# Официально-деловой стиль речи

- В официально-деловом стиле речи различают три подстиля:
- законодательный;
- дипломатический;
- административно-канцелярский.
- Деловой стиль требует:
- предельной точности речи;
- объективности информации;
- стандартизированность.



## Клише и шаблоны:

- для выражения признания — *приносим наши извинения;*
- выражения просьбы — *мы очень рассчитываем на вашу помощь;*
- выражения одобрения и согласия — *я полностью согласен с вашим мнением;*
- завершения разговора — *я полагаю, что сегодня мы обсудили все вопросы.*

# Научный стиль речи

- Основной формой мышления в науке является *понятие*.
- К основным характеристикам, научного стиля речи относятся:
- *отвлеченная обобщенность* (считается; говорят; как замечено; нередко; зачастую; как правило; довольно часто; в большинстве случаев; наиболее часты; крайне; и т.п.);
- *логичность* изложения информации в виде суждений и умозаключений, веских аргументаций;
- *абстрактная лексика* (существуют; имеются; состоит; используются; употребляются; и пр.);
- *вместо местоимения «Я» чаще используется местоимение «Мы»* (например: нам представляется; мы считаем; по нашему мнению; как показывает наш опыт; по нашим наблюдениям; мы придерживаемся точки зрения; и т.п.);
- *безличные предложения* (например: необходимо отметить; следует остановиться на рассмотрении; представляется возможным; можно сделать вывод; как свидетельствует практика; следует сказать; и т.п.);
- *сложноподчиненные предложения* (придаточные условные с союзом «если, то» и придаточные времени с союзом «в то время как»).

# Публицистический стиль речи

- Основными характеристиками публицистического стиля являются:
- *информативность сообщения, его документально-фактологическая точность, собирательность, официальность используемых материалов;*
- *реальные жизненные явления и факты (проверенные, документальные источники);*
- *новизна фактов;*
- *книжно-абстрактные средства (например, такие слова, как: «деятельность, обсуждение, исследование, понимание, доминирует, соотносить, процесс, понятие, система, востребованный, свидетельствует, предполагается, проводится, означает, требует, сказывается» и пр.);*

- *приемы адресации*, т. е. слова выступающего должны быть направлены к какому-то конкретному лицу (или группе). Это, в свою очередь, предполагает обратную связь — вопросы и ответы («Я обращаюсь к вам, студенты!», «Вы, сидящие в этом зале», «Ребята!»);
- *доступность информации для аудитории*;
- *экспрессивность*, повышенная эмоциональность, артистизм. Широко используются высказывания известных лиц, анекдоты и исторические казусы, а также пословицы, афоризмы, художественные образы, повторение слов, метафоры, сравнения, цитаты, иллюстрации;
- *лаконичность речи*: для уменьшения текста используется так называемая дистилляция (от лат. *distillatio* — перегонка, разделение) — тщательное редактирование и сокращение, отбор всего лишнего, предельная стилистическая шлифовка мыслей;
- *юмор, остроты, ирония*.

- **Осторожно!**
- Клевета и диффамация (от лат. diffamare — разглашать, порочить, лишать доброго имени), в виде ненависти, осмеяния, отчуждения, презрения, а также при компрометации дела, профессии того или иного лица, занимаемой им должности (от фр. compromettre — вредить кому-либо, подрывать репутацию, доброе имя).
- Высказываться негативно о возрастных, половых, территориальных, расовых, сексуальных и других принадлежностях или предпочтениях людей, сидящих в аудитории.

# Разговорно-бытовой стиль речи

- Разговорная речь обслуживает сферу неформальных отношений.
- Проявляется в устной форме в диалогах и т.п.
- Спонтанно, без предварительного обдумывания.
- Эмоционально – окрашена.
- Большая роль невербальной коммуникации.
- Обиходно-бытовая лексика: просторечия, слова субъективной оценки, экспрессивно-эмоционально окрашенные высказывания, а также сокращения (Питер, читалка, общага), сленг («э-блин», «я тащусь»), разговорно-бытовая фразеология («гол как сокол», «бежит как угорелый», «как снег на голову», «упрям как осел», «где тебя черти носили» и т.п.), глагольные междометия (шмяк, скок, шмыг), разнообразные частицы (этот-то, дай-ка, ну, вот, ведь и т.п.).

# Коммуникативный стиль

- Реализация коммуникативной компетентности личности осуществляется через коммуникативный стиль.
- *Коммуникативный стиль* — это совокупность привычных для человека способов и средств установления и поддержания контактов с окружающими в различных формах делового взаимодействия: деловых встречах, беседах и переговорах, в дискуссиях и спорах, при принятии коллективных решений или выработке концептуальных и стратегических направлений развития организации, при преодолении конфликтов.
- Коммуникативный стиль личности вызывает либо *комфортное*, либо *неопределенное (нейтральное)*, либо *дискомфортное* состояние в зависимости от того, какое энергетическое влияние оказывает и в какой мере способствует возникновению атмосферы плодотворного сотрудничества.
- Различают три коммуникативных стиля: синергический, нонсинергический и антисинергический (В. В. Бойко).

# Синергетический стиль

- *Синергетический стиль* (от греч. synergeia — сотрудничество, содружество). Отличается тем, что личность своей манерой взаимодействия с партнерами способствует объединению и увеличению эффективности совместной деятельности.
- *Это становится возможным благодаря:*
- беспрепятственному информационному обмену между участниками отношений;
- в результате синхронизации их энергий, слаженности их совместной деятельности.



- Выражением синергического стиля являются следующие *характеристики партнеров* по взаимодействию:
- соблюдение норм субъектных отношений;
- поддержание свободного обмена идеями и оценками;
- конструктивная и доброжелательная критика;
- стимулирование инициативы партнеров;
- соблюдение норм деловой этики;
- устранение или смягчение своей некоммуникабельности и негативных привычек;
- положительное восприятие, умение открыто радоваться успехам других и общим достижениям;
- способность работать в команде, не противопоставлять себя групповому разуму и воле;
- демонстрация высокого уровня коммуникативной толерантности (от лат. *tolerantia* — терпение, снисходительность к кому- или чему-либо) — степени терпимости к неприятным или неприемлемым психическим состояниям, качествам и поступкам партнеров.

# Нонсинергетический стиль

- *Нонсинергетический стиль* (от лат. поп — не, нет). Характеризуется тем, что личность не может и не хочет содействовать успеху совместного труда. Она занимает позицию отстраненного наблюдателя, воздерживается от проявления инициативы, не демонстрирует соучастие и сопереживание в рабочем процессе.

# Антисинергетический стиль

- *Антисинергетический стиль* (от гр. anti — против). Выражается в активных деструктивных формах поведения личности при взаимодействии с партнерами.
- Личность наносит вред процессу и результатам совместной деятельности тем, что обычно демонстративно противопоставляет себя большинству, либо конфликтует сама, либо провоцирует конфликты между партнерами.
- Своими настройками вызывает хаотичность в эмоциональных связях взаимодействующих сторон.

# Домашнее задание

- Тест оценки коммуникативных и организаторских склонностей (КОС)
- Тест «Любят ли вас люди?»
- Компетентностный подход к проблемам общения (конспект)
- Коммуникативная компетентность (конспект)
- *Задание* : заведите рабочую тетрадь и опишите коммуникативные эпизоды, в которых вы сегодня в течение дня принимали участие. Затем отнесите каждый эпизод к одной из перечисленных выше функций. Каждый из них может выполнять несколько функций. Вы будете удивлены многообразием коммуникаций, в которых вы приняли участие в столь небольшой промежуток времени!